

**PENGARUH *PROMOTION MIX* DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP
BUYING DECISION PADA PRODUK AZARINE COSMETICS DI RUMAH
KOSMETIK MALANG**

SKRIPSI



Disusun Oleh:

Valerie Kenezia Naomi Setiawan

NIM: 202011034

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA KARYA**

MALANG

2024

**PENGARUH *PROMOTION MIX* DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP
BUYING DECISION PADA PRODUK AZARINE COSMETICS DI RUMAH
KOSMETIK MALANG**

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Katolik Widya Karya Malang



Disusun oleh:

Valerie Kenezia Naomi Setiawan

NIM: 202011034

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA KARYA
MALANG**

2024

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Valerie Kenezia Naomi Setiawan
NIM : 202011034
Perguruan Tinggi : Universitas Katolik Widya Karya Malang
Fakultas : Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Judul : Pengaruh *Promotion Mix* dan *Word of Mouth* Terhadap *Buying Decision* pada Produk Azarine Cosmetics di Rumah Kosmetik Malang

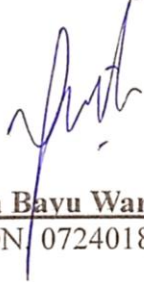
Malang, 26 Juli 2024



Valerie Kenezia Naomi Setiawan

Diterima dan disetujui:

Pembimbing I



Jovita Vicka Bayu Wardhani, S.Pd., M.SM.

NIDN/0724018601

Pembimbing II



Riwidva Tri Oktavia, S.E., M.M.

NIDN.0714108806

Mengetahui:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Galuh Budi Astuti, S.E., M.M.
NIDN: 0726018502

Ketua Program Studi Manajemen



Jovita Vicka Bayu Wardhani, S.Pd., M.SM.
NIDN. 0724018601

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul:

Pengaruh *Promosi Mix* dan *Word of Mouth* Terhadap *Buying Decision* pada Produk Azarine Cosmetics di Rumah Kosmetik Malang

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Valerie Kenezia Naomi Setiawan

NIM : 202011034

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Katolik Widya Karya Malang pada tanggal 26 dan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen Strata Satu (S1).

Disahkan oleh:

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Katolik Widya Karya Malang



Dewan Penguji

1. Drs. Cornelius Niwadolo, M.M.
NIDN. 8887223419
2. Riwidva Tri Oktavia, S.E., M.M.
NIDN. 0714108806
3. Jovita Vicka Bayu Wardhani, S.Pd., M.SM.
NIDN. 0724018601

Tanda Tangan

.....

.....

.....

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul: “Pengaruh *Promotion Mix* dan *Word of Mouth* Terhadap *Buying Decision* Pada Produk Azarine Cosmetics di Rumah Kosmetik Malang” merupakan karya asli dari:

Nama : Valerie Kenezia Naomi Setiawan
NIM : 202011034
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Universitas : Universitas Katolik Widya Karya Malang

Telah dideteksi tingkat plagiasinya secara online oleh Perpustakaan Universitas Katolik Widya Karya Malang, menggunakan Turnitin Plagiarism Checker dan telah memenuhi kriteria toleransi yaitu sebesar $\leq 30\%$.

Demikian pernyataan ini saya buat sebagaimana adanya dan apabila terdapat kesalahan saya bersedia untuk menerima sanksi sesuai dengan aturan yang berlaku.



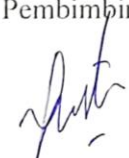
Malang, 26 Juli 2024


Valerie Kenezia Naomi Setiawan

Diterima dan disetujui:

Pembimbing I

Pembimbing II

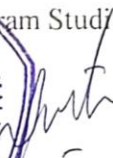

Jovita Vicka Bayu Wardhani, S.Pd., M.SM.
NIDN. 0724018601


Riwidya Tri Oktavia, S.E., M.M.
NIDN.0714108806

Mengetahui:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Galuh Budi Astuti, S.E., M.M.
NIDN. 0726018502

Ketua Program Studi Manajemen

Jovita Vicka Bayu Wardhani, S.Pd., M.SM.
NIDN. 0724018601

SURAT KETERANGAN PENELITIAN



RUMAH KOMSETIK

Jl. S. Supriadi No.179, Sukun

Kota Malang

No.HP : 0899 3119 700

SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan dibawah ini Rumah Kosmetik Malang:

Nama : Aulia Rizqi Andini

Jabatan : Staff Pengadaan

Menerangkan dengan sesungguhnya bahwa Mahasiswa Katolik Widya Karya Malang tersebut dibawah ini:

Nama : Valerie Kenezia Naomi Setiawan

NIM : 202011034

Program Studi : Ekonomi dan Bisnis

Telah melakukan kegiatan Penelitian Skripsi di Rumah Kosmetik Malang sejak Juni – Juli 2024. Dengan judul skripsi "**PENGARUH *PROMOTION MIX* DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP *BUYING DECISION* PADA PRODUK AZARINE COSMETICS DI RUMAH KOSMETIK MALANG**"

Demikian Surat Keterangan ini untuk diketahui

Malang, 25 Juli 2024

RUMAH KOSMETIK MALANG

AULIA RIZQI ANDINI

STAFF PENGADAAN

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik yang berjudul “**Pengaruh *Promotion Mix* dan *Word of Mouth* Terhadap *Buying Decision* Pada Produk *Azarine Cosmetics* di Rumah Kosmetik Malang**”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar sarjana Manajemen Universitas Katolik Widya Karya Malang.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, maka peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Klemens Mere, S.E., M.Pd., M.M., M.H., M.A.P., M.Ak., BHK. selaku Rektor Universitas Katolik Widya Karya Malang
2. Ibu Jovita Vicka Bayu Wardhani, S.Pd., M.SM. selaku Ketua Program Studi Manajemen dan Dosen Pembimbing I yang telah dengan sabar membimbing selama proses penyusunan skripsi berlangsung.
3. Ibu Riwidya Tri Oktavia, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing II yang bersedia meluangkan waktu untuk memberikan arahan selama proses penyusunan skripsi berlangsung.
4. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Widya Karya Malang yang telah mendidik dan memberikan ilmu teori maupun praktik.
5. Rumah Kosmetik Malang yang telah mengizinkan saya melakukan penelitian.
6. Teman-teman seperjuangan angkatan 2020 yang mendukung dan memberikan semangat selama penyusunan skripsi berlangsung.

7. Sahabat dan teman dekat yang senantiasa memberikan semangat, menghibur, membantu selama proses penyusunan skripsi berlangsung.
8. Orang tua dan adik-adik saya yang tidak pernah lelah mendukung, mendoakan, memberi kasih sayang dan masukan selama pengerjaan skripsi berlangsung.
9. Orang spesial yang selalu memberi semangat dan mendoakan saya selama proses penyusunan skripsi berlangsung.

Sebagai manusia, penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan kemampuan keilmuan penulis. Oleh karena itu, penulis mohon maaf atas kekurangan dalam penulisan karya ini dan siap menerima kritik yang membangun.

Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua yang membacanya.

Malang, 26 Juli 2024



Valerie Kenezia Naomi Setiawan

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL
HALAMAN JUDUL

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	iv
SURAT KETERANGAN PENELITIAN.....	v
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
ABSTRAK.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
A. Latar Belakang.....	Error! Bookmark not defined.
B. Rumusan Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
C. Tujuan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
D. Manfaat Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
BAB II LANDASAN TEORI.....	Error! Bookmark not defined.
A. Penelitian Terdahulu	Error! Bookmark not defined.
B. Tinjauan Pustaka.....	Error! Bookmark not defined.
C. Kerangka Pikir	Error! Bookmark not defined.
D. Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
BAB III METODE PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.
A. Jenis Penelitian	Error! Bookmark not defined.
B. Ruang Lingkup Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
C. Lokasi Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
D. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling.....	Error! Bookmark not defined.
E. Jenis Data dan Sumber Data	Error! Bookmark not defined.
F. Definisi Operasional.....	Error! Bookmark not defined.
G. Metode Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
H. Teknik Analisis Data.....	Error! Bookmark not defined.
BAB IV ANALISIS DAN INTEPRENTASI DATA	Error! Bookmark not defined.
A. Gambaran Umum Azarine Cosmetics	Error! Bookmark not defined.
B. <i>Company Profile</i> Rumah Kosmetik Malang.....	Error! Bookmark not defined.
C. Gambaran Umum Responden Penelitian	Error! Bookmark not defined.
D. Distribusi Frekuensi.....	Error! Bookmark not defined.
E. Analisis Data dan Intrepretasi Data....	Error! Bookmark not defined.
F. Pembahasan	Error! Bookmark not defined.
G. Implikasi Hasil Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
BAB V PENUTUP	Error! Bookmark not defined.
A. Kesimpulan	Error! Bookmark not defined.
B. Saran	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR TABEL

Tabel II.1 Penelitian Terdahulu.....	9
Tabel III.1 Defisini Operasional	43
Tabel III.2 Skala Likert	45
Tabel IV.1 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
Tabel IV.2 Jumlah Responden Berdasarkan Usia	57
Tabel IV.3 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	57
Tabel IV.4 Jumlah Responden Berdasarkan Pendapatan	58
Tabel IV.5 Distribusi Frekuensi Responden Variabel <i>Promotion Mix</i> (X1) ..	59
Tabel IV.6 Distribusi Frekuensi Responden Variabel <i>Word of Mouth</i> (X2)..	63
Tabel IV.7 Distribusi Frekuensi Responden Variabel <i>Buying Decision</i> (Y)..	67
Tabel IV.8 Hasil Uji Validitas <i>Promotion Mix</i> (X1).....	71
Tabel IV.9 Hasil Uji Validitas <i>Word of Mouth</i> (X2)	72
Tabel IV.10 Hasil Uji Validitas <i>Buying Decision</i> (Y)	73
Tabel IV.11 Hasil Uji Reliabilitas	73
Tabel IV.12 Hasil Uji Normalitas	74
Tabel IV.13 Hasil Uji Multikolinearitas	75
Tabel IV.14 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	76
Tabel IV.15 Hasil Uji T	78
Tabel IV.16 Hasil Uji F	79
Tabel IV.17 Hasil Uji Dominan	80
Tabel IV.18 Hasil Koefisien Determinasi	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka Pikir	38
Gambar 2 Logo Azarine Cosmetics	51
Gambar 3 Uji Heterokedastisitas	76

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner	96
Lampiran 2: Uji Validitas & Realibilitas	101
Lampiran 3: Surat Bebas Plagiasi	116
Lampiran 4: Lembar Pernyataan Persejutan Publikasi Karya Ilmiah	117

**PENGARUH *PROMOTION MIX* DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP
BUYING DECISION PADA PRODUK AZARINE COSMETICS DI RUMAH
KOSMETIK MALANG**

ABSTRAK

Populasi penduduk Indonesia sangat beragam terutama pada kebutuhan dan selera yang mereka butuhkan. Beragamnya kebutuhan masyarakat membuat perusahaan harus terus berusaha menawarkan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan selera masyarakat. Perusahaan dapat memaksimalkan usahanya dalam menawarkan produk dengan meningkatkan intensitas promosi.

Pelaksanaan penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Promotion Mix* dan *Word of Mouth* terhadap *Buying Decision* pada produk secara simultan dan parsial. Pada penelitian ini terdapat 30 responden dengan menggunakan teknik sampling *Accidental Sampling*, menggunakan jenis penelitian *Explanatory Research*, pengumpulan data menggunakan kuesioner, dengan teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda.

Penelitian ini menunjukkan bahwa *Promotion Mix* dan *Word of Mouth* memberi pengaruh simultan terhadap *Buying Decision*, uji T menunjukkan bahwa *Promotion Mix* tidak berpengaruh secara parsial terhadap *Buying Decision*, sedangkan *Word of Mouth* berpengaruh secara parsial terhadap *Buying Decision*. Dalam uji dominasi, menunjukkan bahwa *Word of Mouth* memberi pengaruh dominan terhadap *Buying Decision*.

Kata Kunci: *Promotion Mix, Word of Mouth, Buying Decision*

